UDK: 02:004.9
Originalni naučni rad

DIGITALNE BIBLIOTEKE, OTVORENI PRISTUP I PONOVNO KORIŠĆENJE

***Gordana Ljubanović*[1]**
***Maja Simonović*[2]**
Odjeljenje za zavičajnu zbirku
Javna ustanova Narodna biblioteka Budve
Budva, Crna Gora

Sažetak. *S razvojem novih tehnologija svim vrstama biblioteka ukazala se mogućnost za kreiranje digitalnih kolekcija u obliku složenih baza podataka. Osim univerzalne dostupnosti informacija, primarni zadaci digitalnih biblioteka jesu prikupljanje, čuvanje i prezentacija kulturne građe. S obzirom na to da one u Crnoj Gori uglavnom funkcionišu u okviru javnih ustanova kulture, njihovo je poslovanje podložno zastarelom konceptu, koji rezultira pasivnošću: fokus je na prikupljanju i čuvanju, dok su prezentacija i podsticaji za ponovno korišćenje slabo prisutni ili ih nema. U savremenom dobu kultura se tretira kao dio privrednog segmenta – u okviru kulturnih i kreativnih industrija, ali kulturna baština i dalje nije prepoznata kao društveno-ekonomski resurs. Jedan od ključnih razloga je tradicionalan pristup kreativnosti i kulturi koji izraz „kreativne industrije" postavlja kao oksimoron. Spoj savremenih*

[1] gordana.ljubanovic@nbbd.me.
[2] majasimonovic83@gmail.com.

tehnologija i novih teorija umjetnosti napravio je zaokret, i baze podataka uključio u kreativni proces. Polazeći od postojećih primjera dobre prakse, neophodno je definisati koji su uslovi za ponovno korišćenje digitalizovanog kulturnog nasljeđa, kao i u kojem smjeru bi se morale osmišljavati politike i alati za postizanje veće vidljivosti i ponovnog korišćenja građe. Kulturno nasljeđe može postati kreativni i privredni resurs samo uz otvoreni pristup i uz insistiranje na kvalitetnom sadržaju i metapodacima.

Ključne riječi: *digitalne biblioteke, digitalizacija, kulturno nasljeđe, digitalizovana građa, baze podataka, otvoreni pristup, metapodaci, ponovno korišćenje, kulturne industrije, kreativne industrije*

Digitalne biblioteke u Crnoj Gori uglavnom su zavičajnog karaktera, što znači da su nastale digitalizacijom fonda zavičajnih zbirki ili su, rjeđe, u izvorno digitalnoj formi. Proces digitalizacije je usmjeren ka prikupljanju građe, njenom opremanju dodatnim informacijama i zaštiti. Kao prednosti se uglavnom ističu stalna dostupnost i nepostojanje fizičkog ograničenja, s tim da je, u slučaju optimalne pretraživosti, i sadržaj strukturisan tako da se olakša pronalaženje i kretanje kroz digitalne jedinice. Takvo strukturisanje podrazumijeva modernizaciju informacionih sistema, što dalje zahtijeva kvalitetnu tehničku opremljenost, specifičan softver i detaljne opise digitalnih objekata. U okviru postojećih institucija, koje su finansijski ograničene i stručna lica za tehničke poslove moraju da angažuju izvan institucije, ovakav razvoj je sam po sebi problematičan.

S obzirom na to da se na samom početku procesa javljaju finansijski i tehnološki problemi, digitalizacija ide sporo i još je primarno koncentrisana na prvi korak – prikupljanje i skeniranje građe. Nije neobično što je naglasak na građi za naučnoistraživačke svrhe i što su aktivnosti primarno okrenute akademskoj zajednici, dok istovremeno sami objekti cjelokupnog kulturnog nasljeđa ostaju neprimjećeni i neupotrebljeni

kao društveno-ekonomski resurs. Odsustvo ponovnog korišćenja građe djelimično je uzrokovano i načinom funkcionisanja institucija, dok je, s druge strane, problem mnogo ozbiljniji i nalazi se u poimanju kreativnog djelovanja, koje je još tradicionalnije od načina poslovanja.

DIGITALIZACIJA

Digitalizacija bibliotečke građe u osnovi je kreiranje baza podataka sa vizuelnim, tekstualnim i auditivnim informacijama. Institucije koje ulaze u proces digitalizacije imaju dva zadatka: digitalizaciju sopstvene građe i prikupljanje izvorno digitalne građe. Osim prebacivanja građe u digitalni oblik, svaki digitalni objekat mora biti opremljen metapodacima. Metapodatke dijelimo na pet vrsta: administrativne, opisne, analitičke, metapodatke o pravima i upravljanju i tehničke metapodatke (Guidance on the Structure, Content, and Application of Metadata Records for Digital Resources and Collections 2003). Zahvaljujući njima, digitalizovana građa postaje dokumentovana, locirana i upotrebljiva. Pravilno strukturisana baza podataka temelj je ne samo za čuvanje građe već i za njeno ponovno korišćenje. Koncept prema kojem je osnovna svrha digitalizovanja kulturnog nasljeđa prikupljanje i čuvanje pokazuje se kao zastareo. Digitalizacija je dugotrajan i složen proces koji zahtjeva velike ljudske i tehnološke resurse, i krajnji je rezultat osavremenjivanja bibliotečko-informacione djelatnosti. S druge strane, djelovanje digitalnih biblioteka po načelima fizičkih baštinskih institucija pokazuje se, na prvom mjestu, kao neprofitabilno, a potom i nesvrsishodno. Naravno da zadatak institucija pamćenja, naročito onih zavičajnog karaktera, nije visoka profitabilnost. Međutim, nije zanemariv očigledan disbalans između količine sredstava, znanja i rada, i krajnje koristi za zajednicu. Ako se sagleda posjećenost digitalnih sadržaja, što je mjerljivo jednostavnim alatima poput Gugl analitike, posjećenost je skromna, uprkos pretraživosti slike i teksta, i ukazuje na to da se upotreba svodi na akademsku zajednicu: studente i istraživače. Iako postoji mogućnost i

svjetska praksa da se digitalni sadržaji umreže sa obrazovnim sistemom, opstaje isti stari način korišćenja koji se svodi na preglede i citiranja, dok nema ponovnog korišćenja u širem smislu. Ukoliko se zanemari pitanje isplativosti, posljedice zastarelog koncepta koji se oslanja na rad javnih institucija jesu pasivnost i nedostatak učešća biblioteka u kulturnom i kreativnom sektoru. Prikupljanje i zaštita kulturne baštine uvijek će biti polazište u djelovanju bilo koje baštinske institucije, ali popularizacija nasljeđa, oživljavanje prošlosti i njeno korišćenje kao polazne inspiracije veliki su i neophodan korak u procesu očuvanja pamćenja. „Zavičajne digitalne biblioteke formiraju se uglavnom oko kulturne baštine (u materijalnom obliku, pisanoj ili usmenoj riječi i tako dalje), i kroz njih se nastoji očuvati i predstaviti bogatstvo kreativnog duha i raznolikosti zavičajnih zbirki u bibliotekama, muzejima ili arhivima (koje možemo objediniti terminom 'ustanove pamćenja')" (Trifunović 2010). Popularizacija građe i njeno ponovno korišćenje ne podrazumijevaju banalizovanje, marketing i svođenje kulture na privredne grane, već preispituju svrhu i mogućnosti tehnoloških procesa digitalizacije, kao i ontološke koncepte ustanova pamćenja.

PROMJENA KONCEPTA I KREATIVNE INDUSTRIJE

Olakšavajuća okolnost je što promjena pristupa korišćenju digitalne građe ne mijenja osnovni proces digitalizacije. Fokus i dalje ostaje usmjeren na kvalitet hardvera i softvera, visoku informacionu pismenost i kvalitet sadržaja i metapodataka. Uključivanje biblioteka kao institucija pamćenja u privredni sektor i segment kulturnih i kreativnih industrija prvenstveno zahtjeva rješenje samog pojma koji se tretira kao oksimoron (pod pretpostavkom da englesku riječ *industrije* prevodimo bukvalno i ne ostavljamo prostora da se pod tim podrazumijevaju kako umjetničko djelovanje, tako i elementi popularne kulture). „Domovina" kreativnih industrija je Velika Britanija, koja je 1997. godine prva osnovala Operativnu grupu za

kreativne industije (Creative Industries Task Force) u okviru Ministarstva za kulturu, medije i sport. Ideja je bila da se djelovanja individualnih talenata odrede kao potencijal za kreiranje profita i radnih mjesta, generisanjem i eksploatacijom intelektualne svojine.[3] S druge strane, sam termin je nastao uz izuzetno negativnu konotaciju u okviru kritičke teorije Adorna (Theodor Adorno) i Horkhajmera (Max Horkheimer), koji su 1947. godine objavili knjigu *Dijalektika prosvjetiteljstva* (Horkhajmer, Adorno 1974), u kojoj se ovaj pojam odnosi na masovno proizvedena kulturna sredstva korišćena za manipulaciju i smirivanje ekonomskih i socijalnih problema. Postkapitalističko društvo ovu djelatnost tretira kao jedan od ravnopravnih privrednih sektora, pa ga UNESCO definiše kao: „one sektore organizovane djelatnosti koji imaju za glavni cilj proizvodnju ili reprodukciju, promociju, distribuciju ili komercijalizaciju dobara, usluga i djelatnosti sadržaja koji potiču iz kulturnog ili umjetničkog nasljeđa."[4]

U početku nije bilo jasno definisano da li pojam podrazumijeva jedan sveobuhvatan segment, i koja je tačno razlika između kreativnih i kulturnih industrija. Sam oblik množine u kojem se koristi ukazuje na to da on obuhvata niz djelatnosti: od konkretnog tržišta umjetničkih predmeta do izdavačke, filmske, muzičke, modne i medijske industrije, preko izvođačkih umjetnosti, primjenjenog dizajna i izrade softvera. Ovdje se svrstava i kulturni turizam, koji se neposredno vezuje za procese kreativnih i kulturnih industrija. Nastanak ovog privrednog sektora direktno je vezan za ekonomiju usluga koja je shvaćena krajnje široko i pod pojmom „usluge", kao suprotnosti materijalnoj proizvodnji robe, podrazumijevaju se svi apstraktni proizvodi, poput ideja i koncepata.

[3] https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998 (pristup: 27. 9. 2022).

[4] International Confederation of Societies of Authors and Composers [5], Ernst & Young [5], UNESCO. Director-General, 2009–2017 (Bokova, I. G.) „Cultural times: the first global map of cultural and creative industries", 2015, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000235710?5=null&queryId=b9443bb6-30a2-4270-a7a8-18ee5d2d242c (pristup: 27. 9. 2022).

Iako već dugo postoje, kreativne i kulturne industrije još uvijek nisu dovoljno jasno definisane ni u zemljama s razvijenom privredom u kojima već predstavljaju važan faktor u ekonomiji. U zemljama u razvoju, kao što je Crna Gora, ne postoji institucionalni ni strateški okvir, već je ova oblast podijeljena na sektore u zavisnosti od pripadnosti pojedinačnih djelatnosti. Prema Programu razvoja kulture Crne Gore 2016–2020, kreativne industrije su aktivnosti iz domena kulture, usmjerene ka generisanju prihoda ili profita, uključivanju u sektor biznisa, odnosno ekonomije, koje ostvaruju doprinos održivom razvoju na lokalnom i nacionalnom nivou i prepoznate su u oblastima: arhitekture, umjetničkih zanata, dizajna, fotografije, mode i drugih primijenjenih umjetnosti, festivala i manifestacija, digitalnih umjetnosti i novih tehnologija u kulturi, audio-vizuelnih, muzičko-scenskih i izvođačkih djelatnosti, oblastima izdavaštva i književnosti, i likovnim i vizuelnim umjetnostima.

U okviru projekta Instituta za preduzetništvo i ekonomski razvoj „Mapiranje i razvoj kulturnih i kreativnih industrija u Crnoj Gori" koji je finansirao UNESCO Međunarodni fond za kulturnu raznolikost, u okviru sektora „Muzeji, biblioteke i baština", djelatnosti biblioteka su prepoznate u klasifikaciji djelatnosti kao potencijalni faktor u razvoju kreativnih i kulturnih industrija u Crnoj Gori. Dalje, mogućim resursom poslovanja malih i srednjih preduzeća smatra se zaštita i očuvanje starih zanata i vještina.

Jasno je da je razvojni proces sektora kreativnih industrija u Crnoj Gori u samom začetku i da se tek pristupilo uočavanju i prepoznavanju pojedinih potencijala. Iako je neophodno prikupiti podatke i uraditi analizu, iz projekta mapiranja ostaje nejasno da li postoji strategija koja će promijeniti trenutno stanje prema kojem je ovaj sektor u Crnoj Gori značajno ispod svog potencijala. Kao glavni problem definiše se nedostatak međuinstitucionalne saradnje i nedostatak praćenja statističkih podataka od strane institucija, dok se promjena samog pristupa djelovanju ne pominje kao mogućnost. Da bi se strategija usmjerila dalje od uklapanja postojećeg stanja u potencijalni razvoj, mora se jasno definisati

važnost digitalnih baza podataka u kreativnim procesima i odstupiti od tradicionalnog poimanja umjetnosti i kulture kao nezavisnog faktora, čiji se artefakti samo prikupljaju i čuvaju kao građa. Umjetnost, kultura i popularna kultura sada građu moraju koristiti, istovremeno djelujući kao poveznica između kulturnog nasljeđa, društva i privrede. Institucije pamćenja više nisu samo čuvari pamćenja, već imaju značajnu ulogu i u njegovom kreiranju. Pasivnost koja je karakterisala ove institucije vijekovima sada se mijenja aktivnom ulogom u kojoj su vrijednosti promijenjene, uz istovremeno poštovanje dosadašnjih dobrih principa.

BAZE PODATAKA KAO OBLIK IZRAŽAVANJA SAVREMENOG DOBA

Uobičajen pristup ljudskoj kulturi podrazumijeva stav da njom vlada narativ i da, uprkos povremenim odstupanjima koja su mahom smještena u alternativne ili impresionističke forme, ovakav pristup zahtijeva poštovanje logičkih veza između uzroka i posljedica. Kao sasvim različit model izgleda svijeta i kulture javljaju se baze podataka. Kako one nisu samo zbir informacija već i strukturisane zbirke koje funkcionišu prema svojim zakonitostima, postoje razni načini organizacije, pa se prema tome i baze podataka mogu podijeliti na hijerarhijske, mrežne, racionalne i objektno orijentisane. Ukoliko ljudsku kulturu posmatramo sa sociološkog stanovišta, gdje je ona glavni faktor oblikovanja društvenih odnosa, stvaranja društvenog poretka i posjedovanja načina na koji osmišljavamo svijet, jasno je da se i načini organizacije unutar kulturnih kretanja mogu organizaciono mijenjati.

Prema Levu Manoviču (Lev Manovich), narativi i baze podataka su samo naizgled prirodni neprijatelji (Manovič 2015). U digitalnom svijetu, ustrojstva podataka su nizovi, povezani spiskovi i dijagrami, a dvije polovine ontologije ovog svijeta predstavljaju algoritmi i sistemi podataka. Savremeni svijet postavlja baze podataka u središte kreativnog

procesa, dok korisnici stvaraju putanje i, u pojedinim slučajevima, mogu stvoriti interaktivne narative. Dakle, baza podataka ne isključuje narativ, samo je u digitalnom svijetu ona njemu pretpostavljena. „Novi mediji ne raskidaju korenito vezu sa prošlošću; umesto toga, oni na drugačiji način raspoređuju značaj kategorija koje drže kulturu na okupu, stavljajući u prvi plan ono što je ranije bilo u pozadini, i obrnuto" (Manovič 2015, 274).

U svom pokušaju da razjasni kako kultura digitalnih medija tretira značaj ova dva elementa, Lev Manovič koristi semiološku teoriju sintagme i paradigme. U sistemima znakova „sintagma je kombinacija znakova koja se oslanja na prostor" (Barthes 1977, 58), ona je ono što materijalno postoji i u tradicionalnom poimanju umjetnosti i kulture ona predstavlja narativ. Iz zbira mogućnosti, paradigmatskih grupa elemenata, narativ se stvara i kreira djelo. Međutim, digitalno doba, koje ukida linearnu percepciju prostora i vremena, obrnulo je taj odnos. Sada baza podataka (zbir mogućnosti, paradigma) ima materijalno postojanje, dok je narativu, koji je sintagma, dato nematerijalno postojanje. On je sada skup veza i izbora, a ključni proces kreacije odvija se prilikom kreiranja baze podataka. „Ako nam posle smrti boga (Friedrich Nietzsche), kraja velikih narativa prosvetiteljstva (Jean-François Lyotard) i dolaska interneta (Tim Berners-Lee) svet izgleda kao beskrajna nesređena zbirka slika, tekstova i drugih zapisanih podataka, jedini prikladni pristup bio bi da ga oblikujemo kao bazu podataka. Međutim, prikladno bi bilo da poželimo da razvijemo poetike, estetike i etike te baze podataka" (Manovič 2015, 263).

Manovič smatra da nije neophodno nasilno dovođenje u vezu narativnih oblika i baza podataka sa informacionim tehnologijama, jer su one, u suštini, dva osnovna stvaralačka poriva koji oduvijek postoje. Moderna vremena nisu izmislila drugačiju organizaciju – stare civilizacije su istovremeno proizvodile velike epove i enciklopedije, pri čemu su se često principi ispreplitali kreirajući raznovrsne hibride. On moderno doba smatra samo novim poljem za nadmetanje baza podataka i narativa.

Ukoliko se ovaj složeniji pristup bazama podataka prihvati i one prestanu da se tretiraju kao organizovani skupovi podataka čiji su zadaci isključivo sistematizacija, pohranjivanje i pretraživost, onda digitalne zbirke dobijaju još jednu dimenziju. Zadatak procesa digitalizacije kulturnog nasljeđa ne mora biti uokviren samo prezentacijom materijala nego se digitalni objekti mogu koristiti i u daljem stvaranju kulturnih artefakata. Popularizacija kulturne baštine tako dobija svoj prirodan tok i primjerci digitalizovane građe postaju neophodna osnova za kreativne tokove, a ne više nametnuto i hibridno nastojanje da se u javni život i društvenu svijest ugradi stav o veličini i značaju prošlosti, istorije i tradicije. Prošlost i kulturno nasljeđe se tako postavljaju kao temelj i inspiracija za interakciju sa savremenim društvom i prestaju da budu pasivni dijelovi fondova u institucijama pamćenja koji se čuvaju za naredna pokoljenja. Ponovno korišćenje građe još jedan je način zaštite, samo je sada, pored materijalnog, riječ i o čuvanju značenja i vrijednosti, koji postaju anahroni ukoliko ne žive i ne proizvode nova značenja i nove vrijednosti.

Naravno, ponovno korišćenje građe nije zamislivo ukoliko ona nije dostupna za slobodnu upotrebu, što podrazumijeva da se sva digitalizovana građa nalazi u otvorenom pristupu.

OTVORENI PRISTUP

Otvoreni pristup (engl. *Open access*) podrazumijeva slobodan onlajn pristup informacijama i ostaloj digitalizovanoj građi u okviru baza podataka na internetu. Ideja o otvorenom pristupu nastala je kao posljedica razvoja digitalnih tehnologija, što je istovremeno pokrenulo čitav niz pitanja koja su se uglavnom bavila pitanjem isplativosti i autorskih prava. Postoje tri javne izjave koje se bave definisanjem otvorenog pristupa i koje su utvrdile smjernice za njegovu primjenu: Budimpeštanska deklaracija (2002), Izjava o izdavaštvu otvorenog pristupa iz Betezde (2003) i Berlinska deklaracija o otvorenom pristupu znanju u prirodnim i humanističkim

naukama (2003).[5] Prema ovim izjavama, da bi djelo bilo u otvorenom pristupu, neophodno je da vlasnik autorskih prava dozvoli umnožavanje korišćenje, distribuciju i izlaganje djela, zatim izradu i distribuciju djela izvedenih iz njega, za bilo koju svrhu, ukoliko su ispravno navedeni izvor i autorstvo. Međunarodna federacija bibliotečkih udruženja i institucija (IFLA) objavila je 2011. godine Izjavu o otvorenom pristupu, prema kojoj podržava principe otvorenog pristupa.[6]

Slika 1. Zvanični logo pokreta za otvoreni pristup
(izvor: www.creativecommons.org)

Iako je ideja o otvorenom pristupu informacijama nastala zbog težnje ka neograničenom onlajn pristupu naučnim radovima (člancima, knjigama i disertacijama), svi digitalni sadržaji mogu se postaviti onlajn bez prepreke, jer je svaka vrsta građe podložna digitalizaciji. Ovu mogućnost dobro je dočekala akademska zajednica, jer otvara mogućnosti za lakše citiranje i naučnoistraživački rad, dok su je, zbog mogućeg negativnog uticaja na finansijsku isplativost, nešto gore dočekali izdavači. Naravno, u osnovi ideje nalazi se pretpostavka o demokratizaciji i unapređivanju znanja, s tim da ona ne krši zakone o autorskim pravima ili pravila protiv plagijatorstva. Prema Piteru Suberu (Peter Suber), otvoreni pristup nudi

[5] Budimpeštanska inicijativa za otvoreni pristup, 14. februar 2002. https://www.budapestopenaccessinitiative.org (pristup: 27. 9. 2022); Izjava iz Betezde o izdavaštvu u otvorenom pristupu, 20. jun 2003. http://nrs.harvard.edu/urn-3: HUL.InstRepos:4725199 (pristup: 27. 9. 2022); Berlinska deklaracija o otvorenom pristupu znanju u prirodnim i humanističkim naukama, 22. oktobar 2003. https://openaccess.mpg.de/Berlin-Declaration (pristup: 27. 9. 2022).

[6] Izjava o otvorenom pristupu, 18. april 2011. https://www.ifla.org/publications/ifla-statement-on-open-access-2011/ (pristup: 27. 9. 2022).

niz mogućnosti, od kojih osnovna leži u tome što „znanje nije rivalsko dobro (da iskoristimo termin iz ekonomije vlasništva). Možemo zajednički da ga koristimo, a da ga ne delimo, i da ga koristimo ne umanjujući ga [...]. Retko razmišljamo o tome koliko smo metafizički srećni jer je znanje nerivalsko dobro. Podjednako smo srećni što govor nije rivalski, jer nam to omogućava da uobličimo i delimo svoje znanje, a da ga ne svodimo na rivalsko dobro [...]. Ali tokom cele ljudske istorije, sve do digitalnog doba, pisanje je bilo rivalsko. Zapisano ili zabeleženo znanje postajalo je materijalni predmet – kamen, glina, koža ili hartija, koji su neizbežno rivalski" (Suber 2016, 48).

Zahvaljujući načinu funkcionisanja savremenih tehnologija, digitalno znanje, sva kulturna građa koja se digitalizovana nalazi na internetu, po svojoj prirodi više nije rivalskog karaktera. Ova činjenica može izazvati značajne promjene u korišćenju znanja i, u okviru tih promjena, ono što Suber naziva „revolucijom pristupa" (Suber 2016, 9).

Kako otvoreni pristup poštuje zakone o autorskim pravima, proces digitalizacije podrazumijeva da digitalizovana građa mora biti licencirana nekom od licenci koje podržavaju otvoreni pristup, nakon čega svaka digitalna jedinica mora imati oznaku licence i link koji vodi na njen pun tekst. Najčešće korišćene licence za otvoreni pristup jesu Licence kreativne zajednice (Creative Commons Licence – CCL). One se uglavnom bave pitanjima autorskih prava u javnom domenu (Public Domain), koji dalje podrazumijeva da opštem kulturnom i intelektualnom nasljeđu svi moraju da imaju pristup i slobodno ga koriste.

Licence za otvoreni pristup primarno su osmišljene da bi se postavljanje autorskih djela na internet ubrzalo i pojednostavilo. Postojanje jasno definisanih licenci olakšava korišćenje digitalizovanih sadržaja tako što vlasnici autorskih prava ne moraju da daju saglasnost za svako korišćenje pojedinačno. Sistem Licenci kreativne zajednice samo su dio Licenci otvorenog sadržaja, ali zbog svoje praktičnosti, razrađenosti i jednostavnog korišćenja, već je postalo uobičajeno da djela u otvorenom

pristupu posjeduju oznaku CC. Iako detaljno razrađene, većina platformi koje dijele digitalni sadržaj ove licence dijeli na tri moguće opcije: otvorena opcija koja podrazumijeva da se djelo može slobodno koristiti uz obavezu navođenja autora i, eventualno, uz obavezu zadržavanja iste licence u slučaju ponovnog djeljenja djela (CC0, kao i licence CC BY i CC BY-SA), zatim otvorena opcija sa uslovima kao što su dozvola za korišćenje u nekomercijalne svrhe i zabrana izmjene djela (CC BY-NC, CC BY-ND, CC BY-NC-ND, CC BY-NC-SA i bez autorskih prava – samo za nekomercijalnu upotrebu) i opcija korišćenja djela uz traženje dozvole institucije koja ga je postavila ili nosioca autorskih prava (Copyright Not Evaluated i In Copyright). Ukoliko se djelo nalazi u javnom vlasništvu (Public Domain), to znači da je prošlo više od 70 godina od smrti autora i da su imovinska prava istekla, dok obaveza navođenja imena autora ostaje, što se svrstava u moralna autorska prava.

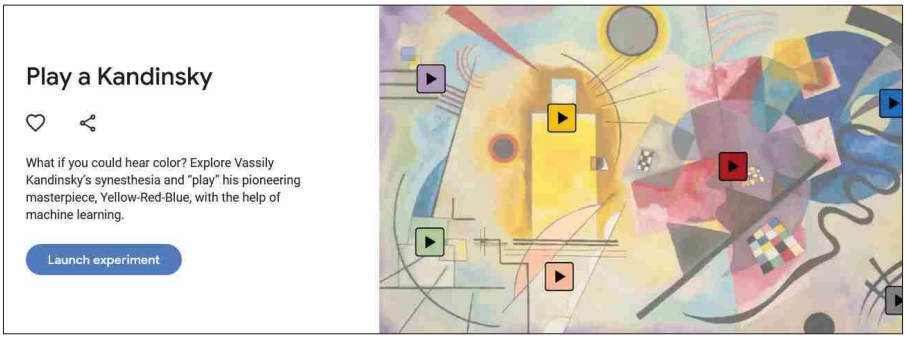
Uz ovako formulisane licence, digitalizacija kulturnog nasljeđa i postavljanje u otvorenom pristupu imaju i praktično opravdanje, jer omogućavaju ponovno korišćenje kulturnih sadržaja koji potencijalno mogu stvoriti profit i radna mjesta. U okviru više projekata pokazana je inicijativa da se svjetska kulturna baština objedini i učini dostupnom.

PLATFORME ZA DIJELJENJE KULTURNOG SADRŽAJA

U okviru nastojanja da se kulturno nasljeđe istakne kao javno dobro i da se razviju njegova društvena i ekonomska vrijednost, nastale su razne platforme za dijeljenje kulturnog sadržaja, kao što su Google Arts & Culture, UNESCO Memory of the World, World Digital Library i Europeana. Sve one ponovno korišćenje digitalnog materijala posmatraju kao ključan segment digitalne transformacije. Njihovi sadržaji postavljeni su prema čvrsto utemeljenim standardima i uključuju svjetski poznate kolekcije, kreativne industrije i organizacije, sektor obrazovanja i turizma, aplikacije

i softver, kao i multimedijalne proizvode. Sve imaju polaznu osnovu koja je uvijek ista: građa baštinskih institucija mora biti digitalizovana, standardizovano opisana i u otvorenom pristupu, sa metapodacima koji se stavljaju u javni domen i time omogućavaju razvoj inovativnih aplikacija zasnovanih na tim metapodacima. One podstiču kreativnost, inovativnost i saradnju institucija s privrednim sektorom, dok razvojni fokus stavljaju na kreiranje novih alata i politika kojima se unapređuje učešće kulturne baštine u kreativnim industrijama i značajno poboljšava učešće institucija u prezentaciji i ponovnom korišćenju građe.

Gugl umjetnost i kultura (Google Arts & Culture) platforma je koja sadrži fotografije i video-zapise umjetničkih djela baštinskih organizacija širom svijeta i korisnicima pruža mogućnost jednostavnog pretraživanja, obilaska kolekcija i pronalaska informacija o pojedinim umjetničkim djelima. U sebi ima implementirane razne alate koji pomažu prilikom informisanja i edukacije. Jedan od takvih primjera je eksperimentalna


Play a Kandinsky
What if you could hear color? Explore Vassily Kandinsky's synesthesia and "play" his pioneering masterpiece, Yellow-Red-Blue, with the help of machine learning.
Launch experiment

Slika 2. Eksperiment *Play a Kandinsky*, platforma Google Arts & Culture (izvor: www.artsandculture.google.com)

igra *Play a Kandinsky*,[7] koja pokušava korisnicima da približi fenomen sinestezije (pridružene percepcije) dajući im mogućnost da „odsviraju" njegovu sliku *Žuta-crvena-plava* i steknu jasniju predstavu o stavu Kandinskog da njegove slike prenose određene zvukove.

[7] https://artsandculture.google.com/experiment/play-a-kandinsky/sgF5ivv105ukhA (pristup: 27. 9. 2022).

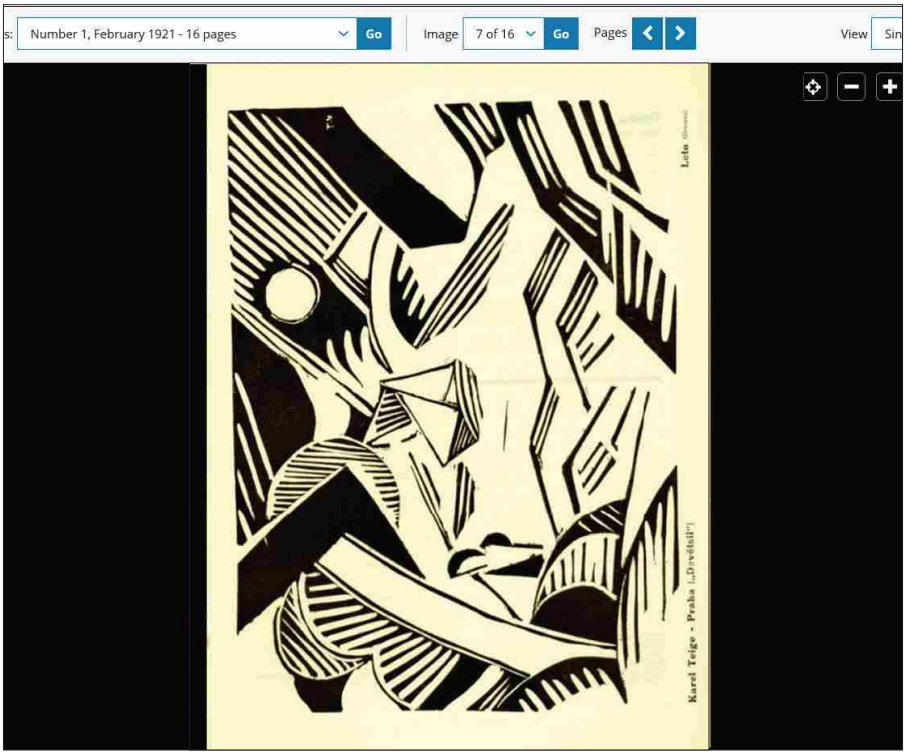
UNESCO – Program Pamćenje svijeta (UNESCO Memory of the World) inicijativa je koja je 1992. godine pokrenuta sa ciljem zaštite kulturnog nasljeđa čovječanstva od uništavanja i zanemarivanja, uz isticanje bogatstva i različitosti jezika, ljudi i kultura.

Slika 3. Logo organizacije UNESCO i logo inicijative Pamćenje svijeta (izvor: www.en.unesco.org)

Svjetsku digitalnu biblioteku (World Digital Library) osnovali su 2009. godine UNESCO i Kongresna biblioteka iz Vašingtona, u saradnji sa baštinskim institucijama širom cijelog svijeta. Ona omogućava besplatan i neograničen pristup višejezičnom materijalu u raznim formatima i naglašava značaj digitalnih sadržaja koji nisu na engleskom jeziku. U okviru ovog projekta, na sajtu Kongresne biblioteke mogu se naći svi brojevi avangardnog dadaističkog umjetničkog časopisa *Zenit*,[8] koji je izlazio u Zagrebu, od 1921. do 1924, a poslije i u Beogradu do 1926. godine, uz mogućnost preuzimanja čitavih brojeva ili pojedinačnih skenova u raznim veličinama i formatima.[9]

Jedan od primjera dobre prakse je i Europeana, platforma za slobodno pretraživanje biblioteka širom Evrope, čiji primjer može ukazati

[8] *Zenit: Internacionalna revija za umetnost i kulturu.* Zagreb–Beograd, 1921–1926.
[8] https://www.loc.gov/resource/gdcwdl.wdl_02325/?st=gallery (pristup: 27. 9. 2022).



Slika 4. Snimak ekrana stranice kataloga Kongresne biblioteke u Vašingtonu; časopis *Zenit* se nalazi u ovoj biblioteci zahvaljujući projektu Svjetska digitalna biblioteka (izvor: www.loc.gov)

na to na koji način treba razvijati alate i politike da bi se i na lokalnom nivou digitalizovana građa, zahvaljujući mogućnosti ponovnog korišćenja, uključila u procese umrežavanja lokalne zajednice i proizvodnje kulturnih dobara (strip, zanatska izrada nakita, dizajn, izvođačke umjetnosti), edukativnog materijala i podloge za razvoj kulturnog turizma.

EUROPEANA

Europeana posjeduje preko 33 miliona digitalnih objekata iz biblioteka, muzeja, arhiva i galerija u otvorenom pristupu. Ovo je platforma koja „osnažuje sektor kulturne baštine u njegovoj digitalnoj transformaciji. Razvija stručnost, alate i politike kako bi se prihvatile digitalne promjene

i ohrabrila partnerstva koja podstiču inovacije".[10] Digitalizovani materijali kulturnog nasljeđa iz više od 3.700 institucija izloženi su u okviru Europeane tako što je kreirana mreža partnera koja podatke skuplja i opskrbljuje ih informacijama i vezama s drugim temama, mjestima i skupovima podataka. Digitalni objekti na Europeani ne nalaze se na jednom centralnom računaru, već ostaju u okviru institucije kojoj pripadaju. Europeana prikuplja metapodatke o predmetima sa slikom manje rezolucije. Ukoliko je neophodan pristup cjelokupnom sadržaju izložene građe, njemu se pristupa sa izvornog sajta na kojem se digitalna jedinica nalazi. U zavisnosti od digitalne strategije pojedinačnih institucija, ova platforma pruža niz mogućnosti za učestvovanje u njenim aktivnostima. U nizu kategorija koje propisuju načine na koje baštinske institucije učestvuju, prema Izdavačkom okviru Europeane (2016), predviđeno je postavljanje kolekcija u potpuno otvorenom pristupu radi ponovnog korišćenja. Ovo podrazumijeva da se jedinice mogu vidjeti u kolekcijama Europeane u visokoj rezoluciji, da se materijal dostavlja uz obezbjeđene dozvole sa hipervezama ka slikama visokog kvaliteta pogodnim za dalje korišćenje, i da Europeana ima pravo da uvrsti ove kolekcije u svoje projekte koji se tiču kreativnih djelatnosti, turizma, obrazovanja ili istraživanja. To znači da se svi dostupni podaci mogu koristiti na otvorenim platformama, dijeliti uz heštegove i promovisati na hak festovima. Rezultat ovakvog dijeljenja je veća vidljivost kolekcija koje će moći da se koriste u nekomercijalne i komercijalne svrhe – u okviru aplikacija, proizvodnje ili na raznim veb-lokacijama.

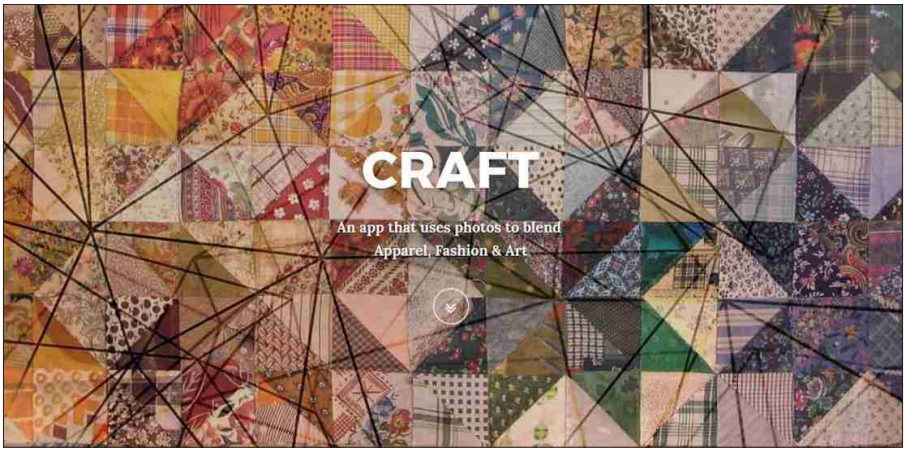
Mnoge institucije širom Evrope otvorile su svoje kolekcije koje su u javnom domenu i učinile ih dostupnim za upotrebu. Osim toga, Europeana neprestano razvija strategije za povećanje vidljivosti i saradnje baštinskih institucija i privrednog sektora. Jedan od takvih primjera je kreiranje Pilot izvještaja tržišta proizvođača (McNeilly, Popova 2018)

[10] https://www.europeana.eu/en/about-us (pristup: 27. 9. 2022).

– projekat u okviru kojeg su napravljene preporuke za budući pristup dostizanju ovog segmenta kreativnih industrija. Projekat se odvijao u dvije faze: u teorijskoj, koja je uključivala istraživanje proizvođača i tržišta, i u praktičnoj, koja se sastojala od devetomjesečnog eksperimenta radi procjene reakcije proizvođača i atraktivnosti ponude digitalizovane građe. Taj je eksperiment obuhvatao i mini-kampanje u okviru kojih je na društvenim mrežama i blogovima oglašen digitalizovani materijal, čime su proizvođači pozvani da koriste kartografsku građu (#MapsForMakers), građu iz Art Nuvo kolekcije (#MakewithEuropeana: ArtNouveau) i građu s temom praznika pogodnu za izradu čestitki i ukrasa (#MakeItFestive: Greeting Cards). Broj pregleda, reakcija i komentara pokazao je da je najbolji odziv imala kampanja sa kartografskom građom, što je navodilo na zaključak da je konkretna, lako primjenljiva građa privlačnija tržištu, dok kolekcije koje su tematski šire, poput umjetničkih pokreta, prije mogu poslužiti kao inspiracija.

Još jedan interesantan pristup popularizaciji građe bio je i Europeana Challenge 2016, u kojem su pozvani da učestvuju programeri, dizajneri, modni kreatori, umjetnici, nastavnici i teoretičari digitalnog kulturnog nasljeđa. Ponuđena je nagrada od 20.000 € za najbolju ideju kako ponovo iskoristiti modni sadržaj sa Europeane i njenog odjeljka Europeana Fashion u digitalnom proizvodu i u domenu uslužnih ili proizvodnih djelatnosti. Pobjedila je platforma pod nazivom CRAFT (Creative Artificial Intelligence Fashion Tool – veb-platforma koja se zasniva na segmentaciji i pronalaženju na osnovu sličnosti) koja je podrazumijevala da korisnik postavlja fotografiju koja se automatski segmentira na različite modne artikle (poput haljina, pantalona, kaputa). Vizuelni stilovi pronađeni u Europeaninim kolekcijama, ili koje je obezbjedio korisnik, miješaju se sa segmentima odjeće, stvarajući novo vizuelno rješenje, koje se zatim može preuzeti i dijeliti.

Osim povezivanja sa kolekcijama koje posjeduju biblioteke, muzeji, arhivi i galerije širom Evrope i njihove prezentacije i lake dostupnosti,



Slika 5. Naslovna stranica aplikacije CRAFT, pobjedničkog projekta Europeana Challenge 2016. (izvor: www.pro.europeana.eu)

Europeana neprestano razvija nove pristupe i alate za korišćenje ovih digitalizovanih jedinica i daje smjernice kako kulturnu baštinu učiniti aktivno prisutnom u kulturnom životu u postkapitalističkom dobu kada je, na ovaj ili onaj način, sve pretvoreno u robu i sve ima svoje tržište.

PONOVNO KORIŠĆENJE GRAĐE

Platforme za dijeljenje kulturnog sadržaja uzete za primjer dio su većih projekata nastalih kao rezultat digitalne transformacije. Međutim, ideja o korišćenju kulturnih sadržaja u privredne svrhe nije nužno vezana samo za digitalizaciju, iako je ona proces koji stvara revolucionarne promjene u samom pristupu kulturi i kreativnosti. Ideja o umrežavanju turizma, male privrede i kulturnih sadržaja pojavila se ranije, tako da se već krajem XX vijeka, uz prodajne artikle u buticima i na ulicama gradova koji su turistički i kulturni centri, mogao u vidu deklaracije za tretman tekstila dobiti dizajnirani artefakt sa elementima istorije i kulture, upotrebljiv i kao razglednica.

Proces uključivanja baštine u kulturne i kreativne industrije, ako se posmatra iz perspektive potpune transformacije i raspona promjena koji

Slika 6. Lice i naličje razglednice iz Praga, dio deklaracije uz kupljeni komad odjeće 90-ih godina XX vijeka (izvor: privatna arhiva)

ona zahvata, veliki je, skup i komplikovan niz postupaka sa sopstvenim ekonomskim strategijama koje čekaju ideje i rješenja. Međutim, može se pretpostaviti da će se taj proces pokrenuti, uprkos institucionalnoj sporosti, čim se građa digitalizuje i stavi u otvoreni pristup. Mala lokalna preduzeća, zanatlije i kreativni radnici čekaju nove pravce i nove inspiracije i neophodno je, za početak, otvoriti im mogućnosti korišćenja. Jedan od primjera je rad dizajnera Marka Zajića, koji stvara upotrebne predmete iz svakodnevnog života inspirisane dizajnom SFRJ i koji je stvorio čitavu dizajnersku liniju pod nazivom yugo.linija, a na istoimenom Instagram profilu njegovi proizvodi se mogu izabrati, naručiti i kupiti. Svaki element dizajna koji koristi jeste primjer potencijalno digitalizovane građe koja je u ponovnoj upotrebi i dio prošlosti koja se koristi kao polazna tačka za kreiranje novih trendova, pristupa i značenja.

Što se tiče kulturnog turizma, o kojem je u medijima često riječ, njegov ozbiljan privredni potencijal leži u iznošenju kulture na ulice i trgove, kao i uključivanju građana u kulturne tokove. Iako aktivna zaštita kulturne baštine postoji, ona je i dalje zatvorena unutar institucija.

yugo.linija
Yugoslavia
K67
162 свиђања
yugo.linija Godine 1966. Saša Mächtig dizajnirao je mikroarhitektonski modularni objekat, legendarni crveni kiosk K67, koji je postao deo ulice svakog grada u Jugoslaviji ali i šire. Njegova svrha bila je raznovrsna:

Slika 7. Snimak ekrana Instagram profila yugo.linija, dizajner Marko Zajić (izvor: www.instagram.com/yugo.linija)

U okviru Zbornika uzornih praksi za pametni turizam (European Commission, 2020) razni gradovi su podijelili svoje ideje i inicijative o tome kako kulturu iz institucija dovesti u gradove, na ulice i među ljude korišćenjem savremene tehnologije. Na takmičenju za prijestonicu pametnog turizma gradovima su nagrade dodijeljivane u četiri kategorije koje su smatrane ključnim za razvoj ove privredne grane: pristupačnost, održivost, digitalizacija i spoj kulturnog nasljeđa i kreativnosti. Dalje, postoje razvijeni načini i strategije za brendiranje destinacija i gradova u čemu digitalizovani kulturni materijali i digitalni kanali imaju jednu od ključnih uloga. Prema Džonu Manrou (Jon Manro) i Betan Ričards (Bethan Richards), brendiranje destinacije se uvijek suočava sa četiri osnovna izazova: sadržajem, socijalizacijom, integracijom i mjerenjem (Manro, Ričards 2015). Pozicioniranje sadržaja na prvo mjesto jasno ukazuje na važnost podsticanja svih resursa jedne destinacije i prikupljanja materijala koji se, ukoliko se razvijanje strategije ne posmatra sezonski i jednokratno, već sa ozbiljnijim pristupom i težnjom ka dugotrajnijem učinku, nalazi unutar institucija kulture. Narodne biblioteke i zavičajne zbirke se, po prirodi svog poslovanja, bave prikupljanjem građe iz domena kulturnog nasljeđa, kreiranjem kolekcija i njihovom digitalizacijom. Sadržaj, u ovom slučaju kulturno-istorijska građa, mora biti kvalitetno istražen,

pažljivo prikupljen, a zatim adekvatno povezan i prezentovan da bi se uopšte moglo govoriti o jedinstvenoj i uokvirenoj prezentaciji grada ili teritorije, što je veliki dio onoga što brendiranje u osnovi i jeste.

IZLOŽBA „USPOMENE KUĆE KNJIGE ILI BIO(BIBLIO)GRAFSKI OBJEKTI“

Među kulturnim institucijama iz regiona, u smislu promjene pristupa popularizaciji građe i kulturnom nasljeđu, veliki iskorak je napravila Narodna biblioteka Srbije u kojoj je realizovana izložba *Uspomene Kuće knjige ili Bio(biblio)grafski objekti*, autorke Nađe Stojković Jovanović, gdje su predstavljeni eksponati iz raznih kolekcija Biblioteke istovremeno sa suvenirima koji ih promovišu. Autorka izložbe i kataloga ujedno je i autorka koncepta i dizajna samih suvenira, pa je tu predstavljen koncept pojedinačnih objekata kao organizovanog sistema informacija o kulturnom nasljeđu. Na ovakav način, suveniri postaju nosioci informacija sa jasno definisanim značenjima i na taj način, kroz povezivanje sa kreativnim radom i proizvodnjom, nasljeđe izlazi iz ustanova kulture i ulazi u lični prostor savremenih potrošača. Za razliku od već viđene proizvodnje suvenira sa printovima širom biblioteka, muzeja i galerija, ovakav „integralni koncept suvenira“ ima logiku hiperteksta, prema kojoj svaki pojedinačni predmet predstavlja vezu ka nekoj novoj informaciji (Stojković Jovanović 2021). To je jasan primjer kombinovanja praktičnih umjetničkih djelovanja s praksama karakterističnim za ustanove kulture, u ovom slučaju, sa bibliotečkom klasifikacijom i vođenjem kolekcija i baza podataka.

ZAKLJUČAK

Stvaranje digitalnih kolekcija nije samo tehnološki proces koji podrazumijeva prebacivanje građe u digitalnu formu i postavljanje na internet.

Digitalizacija i ponovno korišćenje materijala zahtijevaju od institucija da ponekad redizajniraju sopstvene stranice, opskrbe ih sa više metapodaka koji uključuju i narativne opise, kao i njihovo porijeklo. Postavljanjem ove vrste metapodataka u otvoreni pristup šire se mogućnosti za dalju upotrebu, jer tada postaju moguće razne interpretacije, prevodi i načini primjene. Podaci i sadržaj ponuđeni korisnicima moraju biti standardizovanog kvaliteta, lako dostupni i jednostavno pretraživi. Te polazne osnove, bez obzira na alate i politike koji se odaberu za postavljanje građe u otvoreni pristup, ostaju uvijek iste. Iz primjera dobre prakse možemo zaključiti da postoji niz načina ne samo da se kolekcije otvore već i da se uključi uža, lokalna zajednica i da se privredni sektori povežu sa digitalnim nasljeđem – od raznih istraživanja, kampanja i izložbi do konkretnih ponuda u okviru dizajna, primjenjenih umjetnosti, proizvodnje aplikacija ili audio-zapisa. Uključivanje digitalizovane baštine u projekte razvoja kulturnog turizma omogućilo bi ovoj privrednoj grani da se usmjeri ka takozvanom pametnom turizmu koji se odnosi na primjenu informacione tehnologije na izradu inovativnih alata za razvoj turizma i oslanja se na osnovne tehnologije kao što su mobilne komunikacije i IT sektor. U okviru Zbornika uzornih praksi za pametni turizam[11] razni gradovi su podijelili svoje ideje i inicijative o tome kako kulturu iz institucija dovesti u gradove, na ulice i među ljude, a sve koristeći savremene tehnologije. Na takmičenju za prijestonicu pametnog turizma gradovima su nagrade dodijeljivane u četiri kategorije koje su smatrane ključnim za razvoj ove privredne grane: pristupačnost, održivost, digitalizacija i spoj kulturnog nasljeđa i kreativnosti.

Kulturne i kreativne industrije su u većini razvijenih zemalja ravnopravan privredni sektor, dok u zemljama u razvoju one nisu prepoznate čak ni kao jedinstveni sektor sa definisanim strategijama. Međutim, uključivanje kulturnog nasljeđa i digitalnih kolekcija u razvoj ovih industrija,

[11] Compendium of Best Practices: „2019 & 2020 European Capital of Smart Tourism Competitions“ (European Commission, 2020).

u duhu savremenih svjetskih tokova u oblasti digitalizacije, nameće se kao jedini način da se tradicija i građa baštinskih institucija sačuvaju, prezentuju na pravi način, uključe u sektore privrede i obrazovanja i time postanu integralni dio društva.

BIBLIOGRAFIJA

Literatura i izvori

Barthes, R. 1977. *Elements of Semiology*. New York: Hill and Wang.

Compendium of Best Practices: „2019 & 2020 European Capital of Smart Tourism Competitions“ (European Commission, 2020).

Guidance on the Structure, Content, and Application of Metadata Records for Digital Resources and Collections. Report of the IFLA Cataloguing Section Working Group on the Use of Metadata Schemas. Draf-for Worldwide Review 27 October, 2002. IFLA, 2003.

Horkhajmer, M., Adorno, T. V. 1974. *Dijalektika prosvjetiteljstva: Filozofijski fragmenti*. Sarajevo: Veselin Masleša.

International Confederation of Societies of Authors and Composers [5], Ernst & Young [5], UNESCO. Director-General, 2009–2017 (Bokova, I. G.) „Cultural times: the first global map of cultural and creative industries“, 2015.

Izdavački okvir Europeane, knj. 2. 2016. Cetinje: Nacionalna biblioteka Crne Gore „Đurđe Crnojević“.

Manovič, L. 2015. *Jezik novih medija*. Beograd: Clio.

Manro, Dž., Ričards, B. 2015. „Izazov digitalizacije – brendiranje destinacije“. U: Morgan, N., Ričard, A., Prajd, R. (prir.) 2015 *Destinacija kao brend*. Beograd: Clio.

Mapiranje i razvoj kulturnih i kreativnih industrija u Crnoj Gori. Podgorica: Institut za preduzetništvo i ekonomski razvoj, 2019.

Program razvoja kulture 2016–2020. Cetinje: Ministarstvo kulture Crne Gore, 2016.

Suber, P. 2016. *Otvoreni pristup*. Beograd: Clio.

Trifunović, B. 2010. „Zavičajne digitalne biblioteke“. *Kultura: časopis za teoriju i sociologiju kulture i kulturnu politiku* 129: 155–181.

Zenit: Internacionalna revija za umetnost i kulturu. Zagreb–Beograd, 1921–1926.

Elektronski izvori

“About us”. *Europeana*. https://www.europeana.eu/en/about-us (pristup: 27. 9. 2022).

Berlinska deklaracija o otvorenom pristupu znanju u prirodnim i humanističkim naukama, 22. oktobar 2003. https://openaccess.mpg.de/Berlin-Declaration (pristup: 27. 9. 2022).

Budimpeštanska inicijativa za otvoreni pristup, 14. februar 2002. https://www.budapestopenaccessinitiative.org (pristup: 27. 9. 2022).

"Creative Industries Mapping Documents 1998". *Government UK*. https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998 (pristup: 27. 9. 2022).

"Cultural Times: The First Global Map of Cultural and Creative Industries". *UNESDOC Digital Library*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000235710?5=null&queryId=b9443bb6-30a2-4270-a7a8-18ee5d2d242c (pristup: 27. 9. 2022).

Izjava iz Betezde o izdavaštvu u otvorenom pristupu, 20. jun 2003. http://nrs.harvard.edu/urn-3:HUL.InstRepos:4725199 (pristup: 27. 9. 2022).

Izjava o otvorenom pristupu, 18. april 2011. https://www.ifla.org/publications/ifla-statement-on-open-access-2011/ (pristup: 27. 9. 2022).

McNeilly, N., Popova, M. 2018. Annapaula Freire de Oliveira (Europeana, 2018) #MakeWithEuropeana: MAKERS MARKET PILOT REPORT https://pro.europeana.eu/post/makewitheuropeana-makers-market-pilot-report (pristup: 27. 9. 2022).

"Play a Kandinsky". *Google Arts & Culture*. https://artsandculture.google.com/experiment/play-a-kandinsky/sgF5ivv105ukhA (pristup: 27. 9. 2022).

"Zenith: International Review of Arts and Culture". *Library of Congress*. https://www.loc.gov/resource/gdcwdl.wdl_02325/?st=gallery (pristup: 27. 9. 2022).

DIGITAL LIBRARIES, OPEN ACCESS AND REUSE

Abstract. *The rapid development of new technologies has resulted in all types of libraries being able to create their own digital collections. In addition to the universal availability of information, the main task of digital libraries is to collect, store and present cultural material. Given that digital libraries in Montenegro mainly operate within public cultural institutions, their way of work has succumbed to an outdated concept that results in passivity. This means they focus on collection and storage, while presentation is rarely, if ever, present. Nowadays, culture is treated as a part of*

the economy – within the cultural and creative industries – but cultural heritage remains unrecognized as a socio-economic resource. Modern technologies and new art theories have combined and are taking a turn by directly involving databases in the creative process. Using various examples of good practices within existing projects and platforms, it is possible to define the conditions for the reuse of digitized cultural heritage, as well as the direction in which policies and tools should be designed to achieve greater visibility. Cultural heritage can become a creative and economic resource only with Open Access, and with an insistence on quality content and metadata. Digitization and reuse of materials require institutions to redesign their pages, providing more metadata that includes narrative descriptions as well as their origins. When this type of metadata is available, the possibilities for further use expand, as it enables various interpretations, translations, and modes of application. Based on several successful projects and their results, it is easy to conclude that there are different ways to open collections and involve the local community, so that economic sectors become connected with digital heritage. The inclusion of digitized heritage in cultural tourism development projects would enable this industry to focus on smart tourism, which entails the inclusion of information technology in the creation of innovative tools for tourism development. Cultural and creative industries are already developed economic sectors in most Western countries, while in developing countries they are not even recognized as an independent sector with defined strategies. The inclusion of cultural heritage and digital collections in the development of these industries, in the spirit of modern world trends in the field of digitization, has come to the fore as the correct way to preserve and present traditions and materials of heritage institutions and to include them in the economy and education.

Keywords: *digital libraries, digitization, cultural heritage, digitized objects, databases, open access, metadata, reuse, cultural industries, creative industries*